

*Heute
empfehlen wir ...*

Qualität

Nach der überreizten Geiz-ist-geil-Welle besinnen sich nun viele Konsumenten wieder zurück auf die Qualität als primären Grund für die Kaufentscheidung. Damit die Unternehmen ihre bestehenden Zielgruppen nicht verlieren bzw. neue Zielgruppen hinzugewinnen können, sind jetzt Kommunikationskonzepte gefragt, die verstärkt Kernwerte wie Seriosität, Nachhaltigkeit und Emotionalität transportieren.



Qualität von Anfang an: Stellisch Biomanufaktur.

Viele Bioprodukte sind von Haus aus hochwertig. Allerdings besitzen sie meistens keinen adäquaten Markenauftritt. Um dies für seine Produkt-Range zu ändern, lud das Traditionsunternehmen Reforma-Werk Andreas Stellisch GmbH zum Pitch ein, den Kaiserberg Kommunikation mit einer überzeugenden Premium-Strategie gewinnen konnte: Kern dieser Strategie ist die Geburt der neuen Premium-Marke Stellisch Biomanufaktur sowie die bewusste Ansprache der LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability) – eine besonders anspruchsvolle Zielgruppe, die viel Wert auf Natürlichkeit, Genuss, Design sowie Nachhaltigkeit legt.

Ob Messegestaltung, Verpackungsdesign, POS-Material, Vertriebsbroschüre, Internetauftritt oder Geschäftsausstattung: Mit einem durchweg stilvollen Gesamtauftritt gelang es Kaiserberg, diese hohen Ansprüche zu erfüllen und zu übertreffen. Auch mehrere bundesweite Handelsketten sind begeistert und haben bereits Stellisch Biomanufaktur Produkte gelistet.



Corporate Identity



Vertriebsbroschüre



Packaging-Design



Messestand Anuga 2007



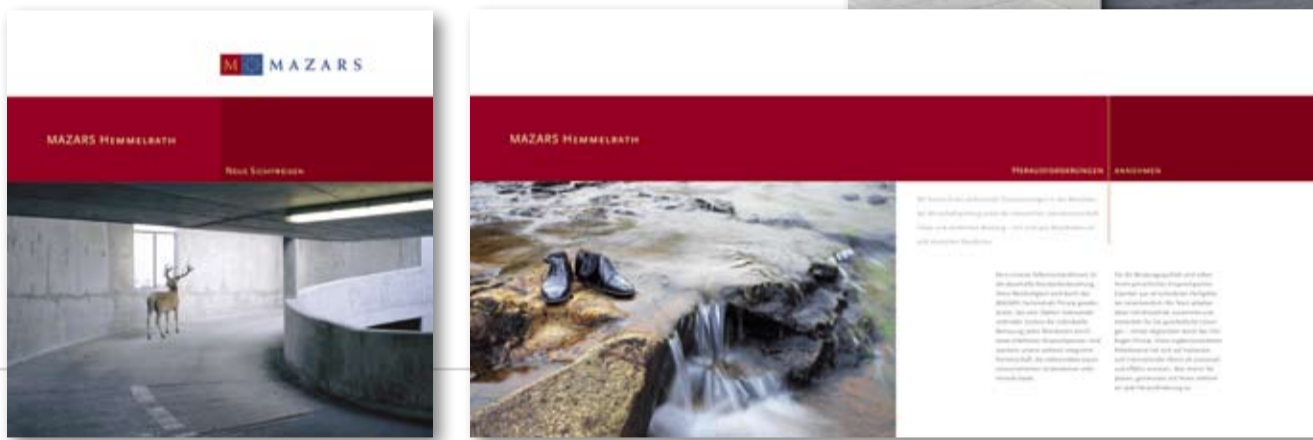
Internetauftritt

Persönlichkeit macht den Unterschied.

2007 schlossen sich die Wirtschaftsprüfungsgesellschaften MAZARS und Hemmelrath zusammen. Für die neue Positionierung „persönliche Betreuung gepaart mit internationaler Begleitung seiner Mandanten“ benötigte das Unternehmen einen Kommunikationsauftritt, der sein Profil klar herausarbeitet und sich auch grafisch von der Konkurrenz abhebt. Mit dem Konzept „Neue Sichtweisen“ ist dies gelungen. Denn es vermittelt der Zielgruppe, dass erst aus kreativem Mut und einer hohen Beratungsqualität neue Sichtweisen entstehen, die nicht nur auf persönlicher Ebene, sondern auch unternehmensintern für neue Energie und Dynamik sorgen.



Messestand 2007



Imagebrochure

International gut aufgestellt.

Die deutsche Traditionsmarke Sinalco ist international sehr beliebt und rangiert im Nahen Osten vor den großen amerikanischen Limonadenherstellern. Kein Grund, sich auf diesen Lorbeeren auszuruhen, befand die internationale Marketingabteilung und beauftragte Kaiserberg mit einem Marken-Relaunch. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Denn die neue 3D-Anmutung steht für mehr Spaß, mehr Erlebnis, mehr Genuss. So erzeugt durchdachtes Design als sichtbares Qualitätsmerkmal einen echten Mehrwert. Denn das Produkt hebt sich am POS deutlich von der Masse ab, bedient durch neuen Kult-Charakter den Individualitätsdrang der jugendlichen Zielgruppen und löst so insgesamt verstärkt Kaufimpulse aus.



Packaging-Design

Saubere Sache: Flüssiggas von nebenan.

Reine Luft, malerische Landschaften, Ruhe und Entspannung. Bekanntlich ist die Lebensqualität auf dem Land besonders groß. Das liegt nicht zuletzt an kompetenten Energieversorgern wie Salzgitter-Gas, die ihre Kunden zuverlässig mit Flüssiggas beliefern. Denn dieses überzeugt durch seine Vielseitigkeit, seine Energieeffizienz und – da es aus der Nordsee stammt – durch seine Versorgungsunabhängigkeit. Ein weiteres, immer wichtiger werdendes Kriterium für Energieversorger ist deren Servicequalität. Hier punktet Salzgitter-Gas u. a. mit seiner räumlichen und persönlichen Nähe zum Kunden, die eine noch schnellere und flexiblere Versorgung garantiert. Qualitäten, die durch den neuen Unternehmens- und Broschürenauftritt punktgenau kommuniziert werden.



Produktbrochure

NOVITAS VEREINIGTE BKK



Relaunch Kundenmagazin

Jungbrunnen für Kundenzeitschriften.

Die NOVITAS Vereinigte BKK versteht sich nicht nur als Krankenkasse, sondern auch als Partner ihrer Kunden. Und da unter Partnern stets ein reger Informationsaustausch stattfinden sollte, wurde die NOVITAS Kundenzeitschrift von Kaiserberg komplett neu gestaltet: Passend zum großzügigen Layout werden Informationen jetzt noch verständlicher und in aufgelockerter Form vermittelt. Schließlich sind Kundenfreundlichkeit und Kundennähe zwei nicht zu unterschätzende Qualitäten im CRM. Bietet man – wie die NOVITAS – seinen Kunden dann auch noch Top-Produkte, deren Qualität Ökotest bestätigt, wird die Kommunikation zum Selbstläufer.

BESTENEHRUNG '07

Ausbildungsqualität wird großgeschrieben.

Schon seit Jahren setzt Kaiserberg auf die praxisorientierte Ausbildung ihres Werber-Nachwuchses. Und das mit sehr großem Erfolg. So kürte die Niederrheinische IHK Duisburg – Wesel – Kleve seit Bestehen der Agentur bereits mehrfach Kaiserberg-Mitarbeiterinnen zu den besten Werbekauffrauen ihrer Jahrgänge (Annika Heine, Julia Henkel und Melanie Gerling). Eine hohe Messlatte, die Marianna Kulms mit einem noch besseren Prüfungsergebnis Ende 2007 sogar noch toppen konnte. Genau wie Frau Heine wurde Frau Kulms zusätzlich noch zur „besten Werbekauffrau NRWs“ ernannt. Von dieser Stelle aus nochmals: „Herzlichen Glückwunsch, Marianna!“



M. Berghaus, M. Kulms, K. Arens und H. Hacker (v.l.n.r.)

MAERZ GAUTSCHI BRINKMANN



Messestand Thermprocess 2007

Auch Ingenieure lieben Design.

Wärmebehandlungsöfen arbeiten in rauen Umgebungen – zum Beispiel in der Stahlindustrie. Daher fokussieren viele Hersteller in ihrer Kommunikation die zuverlässige und zugleich robuste Technik. Ein legitimer, jedoch austauschbarer Ansatz, der wenig Aufmerksamkeit generiert. Im Kontrast dazu steht der Messeauftritt der Firma MAERZ mit stilisierten Brammen als dem Kernprodukt ihres Lieferprogramms. So wird die gewaltige Energie der Produktionsanlagen ästhetisiert und mit dem passenden Claim entsprechend emotionalisiert.

IMPRESSUM

Kaiserberg
Kommunikation GmbH
Mülheimer Straße 100
D-47057 Duisburg

Tel. +49 (0) 2 03 . 306 50 00
Fax +49 (0) 2 03 . 306 50 50
info@kaiserberg.com
www.kaiserberg.com

kaiserberg
K o m m u n i k a t i o n